

**El Indecopi, CENTRUM Católica y Arellano Marketing presentan  
el primer índice de satisfacción del consumidor peruano**

- ✓ **Resultado revela que en los sectores Telefonía móvil, Instituciones Públicas y Seguros se percibe la mayor insatisfacción.**

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi), CENTRUM Católica Graduate Business School y Arellano Marketing, presentaron el Índice de Satisfacción del Consumidor Peruano (ISCO). Se trata de un indicador que mide las expectativas, calidad y valor percibido de los consumidores de diversos productos y servicios. La investigación ha sido elaborada por Arellano Marketing por encargo de CENTRUM Católica.

El estudio fue presentado en el marco de las actividades programadas por el Día Mundial del Consumidor. Esta herramienta constituye un importante insumo para las acciones proactivas que la institución ha programado en defensa de los derechos de los consumidores peruanos.

En la presentación participaron el director de CENTRUM Futuro, Luis Del Carpio; el presidente de Arellano Marketing, Rolando Arellano, y el presidente del Consejo Directivo del Indecopi, Hebert Tassano Velaochaga, quien saludó esta alianza estratégica entre la empresa privada, la academia y el Estado, que ha logrado que este estudio permita conocer mejor al consumidor y emprender acciones en la defensa de sus derechos.

Los resultados fueron presentados por el MBA Enrique Bernal de Arellano Marketing y el Dr. Percy Marquina de CENTRUM Católica. Ambos destacaron que el indicador ISCO es de gran importancia, porque a través de él se podría conocer, por ejemplo, el indicador de desempeño de la economía nacional así como el nivel de lealtad de los consumidores peruanos además de realizar comparaciones entre empresas, países, industrias y sectores, en diferentes períodos.

El ISCO se construye sobre la base de encuestas a hombres y mujeres mayores de 18 años, que adquirieron algún producto o servicio, por lo menos en los últimos tres meses. Las encuestas se realizaron vía online, a nivel nacional, y alcanzó a 1194 personas. Considera 12 categorías del mercado.

Los sectores con menor puntaje en el índice son Telefonía Móvil (47.7 puntos), Instituciones Públicas (51.0 puntos) y Seguros (60.5 puntos). Los sectores con mejores resultados son Clínicas privadas (68.2 puntos), Cadenas de Farmacias (67.2 puntos) y Cines (67.0 puntos).

El resultado agregado de los 12 sectores analizados, dato representativo para el Perú, fue de 61.2 pts, resultado que está muy por debajo del resultado equivalente para el mercado de Estados Unidos que se sitúa en 73.8 pts y que es punto de referencia para la presente investigación.

El estudio también reveló que el mercado peruano, actualmente, presenta las siguientes características: está formado por consumidores con demanda creciente; hay un incremento de la competencia entre proveedores; el mercado es más exigente, no está fidelizado, pero evoluciona satisfactoriamente.

**Lima, 16 de marzo de 2016**